

中国商务休闲男装市场格局调查及未来五年发展 机会分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国商务休闲男装市场格局调查及未来五年发展机会分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/216322216322.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、本行业属于完全竞争行业，行业内竞争较为激烈

商务休闲男装作为男装的一个细分行业，和整体男装行业同属于完全市场化竞争行业，行业内企业和品牌数量众多，竞争激烈。

近几年国外品牌纷纷进入中国市场，极大地加剧了国内市场的竞争激烈程度。国际一线品牌拥有资金、品牌和设计等方面的优势，走高端、高价位的道路，在一二线中心城市具备强大的竞争优势。目前已进入中国高端男装市场的国际品牌包括Giorgio Armani、Ermenegildo Zegna、Cerruti 1881、Dunhill、Hugo Boss等。

国内品牌则利用更加熟悉消费者偏好、体型特点、地域差异、渠道下沉等方面所带来的本土化优势与国际品牌进行差异化竞争，并通过持续的学习和积累缩小与国际品牌在品牌运营和设计研发等方面的差距，在广大的二三线城市形成较为显著的比较优势。

二、品牌竞争为行业内的主要竞争形式

商务休闲男装的消费群体主要定位于具有如下特点的男士：收入和消费水平较高，比较注重生活品质，注重体现个人品味和社会地位，愿意为高品质和较强差异化的产品和服务付费。因此商务休闲男装的消费者在选择服装消费时，对价格的敏感程度相对较低，而对品牌和品质的敏感程度较高，他们更加倾向于选择自己喜爱的品牌进行消费，所以商务休闲男装行业内企业的主要竞争形式为“品牌竞争”，而品牌蕴含的文化和品质则是品牌竞争的核心。

报告大纲：

第一章 中国男装行业发展现状及特征

第一节 中国男装行业进入大分化时代

第二节 男装行业渐入调整周期

一、景气下行，子行业分化

二、以价为先的增长方式面临转换

三、行业增速向社零总额回归

四、主流男装行业：进入周期主导阶段

第二章 中国男装行业运行分析

第一节 中国男装行业运行分析

一、男装行业的形势特点

二、男装产业集群效应显著

三、男装市场前景良好

四、男装产业的发展趋势

第二节 中国男装行业运行分析

一、国内高级男装利润普降

二、男装市场粗放扩张时代终结

三、男装市场机遇与挑战并存

第三节 中国男装市场存在的问题及机遇

一、国际经济放缓服装出口受阻

二、店铺租金高企制约市场拓展

三、服装巨头雅戈尔回归主业

四、转变理念男装寻求突破

第三章 男装各类服装市场容量

第一节 中国男装各类服装市场容量

第二节 中国职业装（西装、衬衫）市场分析

第三节 中国正装（零售市场-西装、衬衫）市场供需监测分析

第四节 中国商务休闲装、休闲装市场分析

第四章 我国时尚商务男装市场分析

第一节 时尚商务男装

一、概述

二、市场分析

三、大众时尚男装趋势

第二节 商务休闲男装做电商策略分析

一、商务休闲男装警钟频响

三、发展瓶颈日益明显

三、电子商务孕育的希望

第三节 GXG

一、公司概况

二、品牌发展

三、目标客户

四、收购事件

五、GXG盈利及营销模式

六、GXG首次试水O2O联动无线端

七、森马收购GXG面临的整合和发展

第四节 太平鸟

一、太平鸟：用实际行动践行着“创意快时尚”

二、太平鸟：传统服装业的新价值取向

三、太平鸟拟IPO募资完善营销网络

第五节 国际设计师商务时尚男装品牌进驻中国高端市场

第五章 我国男装行业市场竞争分析

第一节 中国男装进入自主品牌竞争时代

第二节 中国本土男装品牌崛起

一、本土男装：品牌崛起

二、渠道：百丽以下，安踏以上

第三节 新竞争格局下 男装行业正在经历大变局

一、净利润增长情况分析

二、男装品牌发展滞后成主因

三、男装品牌升级强调设计

第六章 中国男装行业重点企业分析

第一节 雅戈尔集团股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、公司发展展望及策略

第二节 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、公司发展展望及策略

第三节 福建七匹狼实业股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、公司发展展望及策略

第四节 九牧王股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、公司发展展望及策略

第五节 浙江森马服饰股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、公司发展展望及策略

第六节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、公司发展展望及策略

第七节 江苏红豆实业股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、公司发展展望及策略

第八节 希努尔男装股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、公司发展展望及策略

第九节 浙江步森服饰股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、公司发展展望及策略

第七章 中国服装业运行情况分析

第一节 我国服装行业经济运行情况分析

第二节 我国服装行业经济运行情况分析

一、服装行业经济运行情况分析

二、中国服装行业发展趋势分析预测

第八章 服装销售渠道与营销策略分析

第一节 我国服装商业发展概况

一、服装零售业商业开发快速发展

二、纺织服装行业需要寻求新商业模式

三、国内服装产品快速进入市场商业化运作模式

第二节 中国服装销售渠道分析

第三节 中国服装电子商务渠道分析

第四节 中国纺织服装专业市场分析

第五节 服装批发市场分析

第九章 2015-2020年服装行业发展趋势预测

第一节 2015-2020年服装业发展主要趋势

第二节 2015-2020年中国服装产业机遇与挑战

第三节 2015-2020年中国服装行业发展指南

一、“十二五”服装行业面临的环境

二、“十二五”中国服装行业科技发展指南

三、“十二五”服装行业发展重点

四、12省区将纺织服装列为“十二五”发展重点

五、我国《纺织工业“十二五”发展规划》发布

第十章 2015-2020年中国男装行业发展前景及趋势预测

第一节 2015-2020年中国男装行业市场格局预测

一、市场现状——大众市场仍唱主角

二、中档消费居多 大众市场占主导

三、国际消费萎靡 高端市场压力增大

四、市场竞争手段 成本竞争转向综合竞争

第二节 正装休闲融合，商务休闲将走俏市场

第三节 区域消费不等，市场差距将明显拉开

第四节 高端男装行业：聚焦三四线城市的成长机遇

一、高端男装行业尚处于发展的早期

二、三四线城市蕴藏扩张机遇

第五节 未来商场男装区域最热衷引进的六大类型品牌

一、商场男装区的发展

二、男装消费需求增大

三、六大类型男装品牌

第十一章 2015-2020年中国男装市场投资机会分析

第一节 2015-2020年中国男装行业投资吸引力分析

一、行业成长潜力

二、行业的竞争力量变动趋势

第二节 行业盈利水平分析

一、行业盈利驱动因素带来的影响

二、主要企业在行业中的竞争地位

三、企业实力变动趋势

四、企业成功同核心竞争力的匹配程度

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fuzhuang/216322216322.html>